



# Introducción a los Fundamentos del Diseño

---

## Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Diseño de Indumentaria y Textil  
Cátedra Macchi



## Textos 2

Guiraud, Pierre. *La semiología*.. Siglo XXI, Buenos Aires, 1986.

**Curso 2009 - cuatrimestre I**



siglo veintiuno editores, sa de cv  
CEPEPO DEL AGUA TNA, DELEGACIÓN COTACAMAN, 04310 MÉXICO, D.F.

---

siglo veintiuno de españa editores, sa  
C/PLAZA S. MADRID 33, ESPAÑA

---

siglo veintiuno argentina editores, sa

---

siglo veintiuno de colombia, ltda  
AV. 3a. 17-73 PRIMER PISO, BOGOTÁ, D.E. COLOMBIA

# La semiología

por  
Pierre Guiraud

primera edición en español, 1972  
decimotercera edición en español, 1986  
© siglo XXI editores, s. a. de c. v.  
ISBN 968-23-0135-1

primera edición en francés, 1971  
© press universitaires de france, paris  
título original: la sémiologie

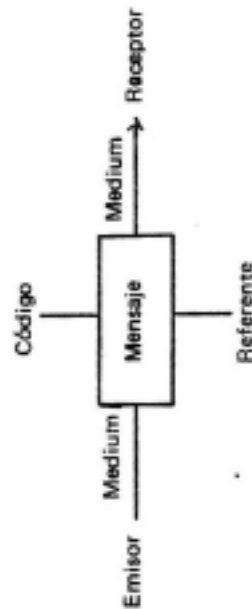
derechos reservados conforme a la ley  
impreso y hecho en México/printed and made in Mexico



## FUNCIONES Y "MEDIA"

La función del signo consiste en *comunicar* ideas por medio de *mensajes*. Esta operación implica un objeto, una cosa de la que se habla o *referente*, *signos* y por lo tanto un *código*, un *medio* de transmisión y, evidentemente, un *destinador\** y un *destinatario*.

A partir de un esquema tomado de la teoría de las comunicaciones y desde entonces clásico, Roman Jakobson define seis funciones lingüísticas, y su análisis —*mutatis mutandis*—



es válido para todos los modos de comunicación. Por otra parte, el problema de las funciones está vinculado al del medio de comunicación, vehículo del mensaje o —adoptando una terminología de moda en la actualidad— *medium*.

\* En francés *destinateur*. Según Jakobson, el locutor, el sujeto de la enunciación (*Essais de linguistique générale*, chap. XI, Editions de Minuit, Paris, 1963). (N. del T.)

## I. LAS FUNCIONES

1. **La función referencial** es la base de toda comunicación. Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Su problema fundamental reside en formular, con propósito del referente, una información verdadera, es decir objetiva, observable y verificable.

Es el objeto de la lógica y de las ciencias que son códigos cuya función esencial consiste en evitar toda confusión entre el signo y la cosa, entre el mensaje y la realidad codificada (cf. *infra* p. 36).

2. **La función emotiva** define las relaciones entre el mensaje y el emisor.

Cuando nosotros comunicamos —por medio del habla o de cualquier otro modo de significación—, emitimos ideas relativas a la naturaleza del referente (o sea la función referencial), pero también podemos expresar nuestra actitud con respecto a ese objeto: bueno malo, bello o feo, deseable o detestable, respetable o ridículo.

Pero no debemos confundir la manifestación espontánea de las emociones, del carácter, del origen social, etc. que sólo son indicios naturales, con la utilización que se puede hacer de ellos con el objeto de comunicar (cf. *infra*, p. 33).

La función referencial y la función emotiva son las bases a la vez complementarias y concurrentes de la comunicación. Por eso cuando frecuencia hablamos de la "doble función de lenguaje": una es cognoscitiva y objetiva, otra afectiva y subjetiva. Suponen tipos de

codificación muy diferentes, teniendo la segunda su origen en las variaciones estilísticas y en las connotaciones (cf. *infra*, p. 41).

El objeto de un código científico consiste en neutralizar esas variantes y esos valores connotativos mientras que los códigos estéticos los actualizan y desarrollan.

3. **La función connotativa o conminativa** define las relaciones entre el mensaje y el receptor, pues toda comunicación tiene por objeto obtener una reacción de este último.

La conminación puede dirigirse ya sea a la inteligencia o a la afectividad del receptor, y encontramos, en este nivel, la misma distinción objetivo-subjetivo, cognoscitivo-afectivo que opone a la función referencial con la función emotiva. Del primer caso derivan todos los códigos de señalización, los programas operativos (trabajo, táctica militar, etc.) que tienen por objeto organizar la acción en común. Del segundo caso provienen los códigos sociales y estéticos que tienen como objetivo movilizar la participación del receptor. Esta función ha adquirido una gran importancia con la publicidad, en la cual el contenido referencial del mensaje desaparece ante los signos que apuntan a una motivación del destinatario, ya sea condicionándolo por repetición o desencadenando reacciones afectivas subconscientes.

4. **La función poética o estética** es definida por Roman Jakobson como la relación del mensaje consigo mismo. Es la función estética por excelencia: en las artes, el referente es el mensaje que deja de ser el instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto.

Las artes y las literaturas crean mensajes-objetos que, en tanto que objetos y más allá de los signos inmediatos que los sustentan, son portadores de su propia significación y pertenecen a una semiología particular: estilización, hipóstasis del significante, simbolización, etc.

5. La función fática\* tiene por objeto afirmar, mantener o detener la comunicación.

Jakobson distingue con ese nombre a los signos "que sirven esencialmente para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, para verificar si el circuito funciona ('Hola, ¿me escucha usted?'), para atraer la atención del interlocutor o asegurarse de que no decaiga ('¿me está escuchando?' o, en estilo shakespeariano: "Présteme usted oído", y en el otro extremo del hilo: 'mm, mm!').

\* Hacia 1920, Bronislaw Malinowski, estudiando los problemas del significado en las lenguas "primitivas", circunscribió un cierto tipo de uso lingüístico caracterizado por desempeñar una función de aproximación, contacto y familiaridad entre los hablantes, al que definió como *comunidad fática*. Cuarenta años después y dentro de un contexto teórico muy distinto, Roman Jakobson, investigando la ubicación precisa de la función poética dentro de la variedad de funciones del lenguaje, se vio llevado a estudiar tanto los factores constitutivos de todo proceso lingüístico como las funciones lingüísticas correspondientes a esos factores. Determinó así que al factor "contacto" del proceso lingüístico, correspondía una función "fática" que consistía en asegurar la fluidez del circuito de la comunicación. La misión de los mensajes pertinentes es, en este caso, la de "establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, verificar si el circuito funciona ('¡Hola! ¿me escucha?'), atraer la atención del interlocutor o asegurarse de que no ha decaído ('¡Dígame! ¿Me está escuchando?', y en el otro extremo de la línea: '¡Hm-hm!')". Cf. R. Jakobson, *Essais de Linguistique générale* cit., p. 217. (N. del T.)

Esta acentuación del *contacto* —la función fática, en términos de Malinowsky— puede dar lugar a un profuso intercambio de formas ritualizadas, es decir a diálogos enteros cuyo único objeto es prolongar la conversación"6.

La función fática desempeña un papel muy importante en todos los modos de comunión (cf. *infra* p. 49): ritos, solemnidades, ceremonias, discursos, arengas; conversaciones familiares, amorosas, donde el contenido de la comunicación tiene menos importancia que el hecho de la presencia y de la reafirmación de adhesión al grupo.

Se repiten las mismas palabras, los mismos gestos, se cuentan las mismas historias, lo que la torna una comunicación absurda, insoporable para la persona extraña pero eufórica para el sujeto que "participa", para el que "se siente aludido" y que se vuelve penosa a partir del momento en que ese sujeto se aparta de ella.

El referente del mensaje fático es la propia comunicación, así como el referente del mensaje poético es el propio mensaje y el del mensaje emotivo, el emisor.

6. La función metalingüística tiene por objeto definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. Por ejemplo, ponemos una palabra entre comillas y precisamos: "semiología, en el sentido médico del término". De ese modo, la función metalingüística remite el signo al código del cual extrae su significación.

6 Roman Jakobson, *Essais de linguistique générale* cit., p. 217.

Desempeña un papel considerable en todas las artes: la "escritura" es una señal del código. La palabra *democracia* remite a sentidos diferentes según el código. Del mismo modo, un retrato puede ser objeto de diversas interpretaciones según el estilo: romántico, realista, surrealista, cubista, etc.

De la función metalingüística procede también la elección del vehículo, del *medium*. El marco de un cuadro, la tapa de un libro señalan la naturaleza del código. Con frecuencia, el título de una obra de arte remite mucho más al código adoptado que al contenido del mensaje. Una pala de carbón en la entrada de una exposición o de un museo adquiere, por ese hecho, una significación estética, y el referente del mensaje es, en este caso, el propio código.

7. Comprender y sentir. Las diversas funciones, tal como acababan de ser definidas, son concurrentes. Se las encuentra mezcladas en diversas proporciones en un mismo mensaje. Unas u otras dominan según el tipo de comunicación (cf. *infra* los *media*). En ese sentido, las funciones referenciales (objetiva, cognoscitiva) y la función emotiva (subjetiva, expresiva) son características.

Constituyen los dos grandes modos de la expresión semiológica que se oponen antitéticamente, de manera que la noción de una "doble función del lenguaje" puede extenderse a todos los modos de significación. En efecto, *comprender* y *sentir*, el espíritu y el alma, constituyen los dos polos de nuestra experiencia y corresponden a modos de percepción no solamente opuestos sino inversamente proporcionales, al punto que podríamos defi-

nir a la **emoción** cómo una incapacidad de comprender el amor, el dolor, la sorpresa, el miedo, etc., inhiben a la inteligencia que no comprende lo que le sucede. El artista, de poeta son incapaces de explicar su arte, de mismo modo que no podemos explicar por qué nos sentimos conmovidos por la curva de un hombre; una frase tonta, un reflejo en el agua. La comprensión se ejerce sobre el objeto de la emoción sobre el sujeto. Pero *comprende* "relacionar", *intelligere*, "reunir" significa sobre todo una organización, un ordenamiento de las sensaciones percibidas mientras que emoción es un desorden y una conmoción de los sentidos.

Por lo tanto, se trata de dos modos de percepción y consecuentemente de significación — totalmente opuestos, a raíz de los cuales los caracteres del signo lógico y del signo expresivo se oponen término por término.

#### Signo lógico Signo expresivo

Convencional Natural  
Arbitrario Motivado  
Homológico Analógico  
Objetivo Subjetivo  
Racional Afectivo  
Abstracto Concreto

General Singular  
Transitivo Inmanente  
Selectivo Total  
Lógicamente, se trata de tendencias, siendo esas propiedades relativas, pues el signo e-

ste es el capítulo siguiente.

como ya se verá, *más o menos* "convencional", *más o menos* arbitrario, etc.; pero de todos modos, estamos en presencia de dos grandes modos de significación que oponen a las ciencias y las artes.

Esa es la causa del rechazo existente entre los signos lógicos y la emoción por una parte y entre los signos expresivos y la comprensión por la otra: los modos semiológicos del conocimiento intelectual no influyen sobre la experiencia afectiva, e inversamente. Esto es lo que torna tan difícil y precario el estudio científico de los fenómenos afectivos, dado que el espíritu se halla totalmente imposibilitado de definir y estructurar, es decir de "comprender", términos tales como *pasión*, *deseo*, *emoción*.

En la definición de *conciencia*, el *Vocabulario de la filosofía* de Lalande anota: "La conciencia no puede ser definida. Podemos saber lo que es la conciencia, pero no podemos comunicar sin confusión a los demás una definición de lo que nosotros aprehendemos claramente". Y prosigue el filósofo: "Lo que somos cada vez menos a medida que entramos gradualmente en un sueño (*sommeil*) sin sueños (*rêves*)... lo que somos cada vez más cuando el ruido nos despierta poco a poco, eso es lo que se denomina conciencia."

Esta definición, que Valéry debía tener en mente cuando escribía *La jeune Parca*, explica la incapacidad de los signos lógicos de significar la experiencia psíquica. Es el fundamento de todas las artes que son, por su propia naturaleza, tributarias de modos de significación icónicos y analógicos.

No tienen por función el hacernos *comprender* las sensaciones percibidas encerrando-

las en una red de relaciones objetivas sino el hacernos *experimentar* frente a una imitación de la realidad.

Esta oposición muy marcada entre la experiencia objetiva y la experiencia subjetiva, entre la inteligencia y la afectividad, entre el saber y el sentir, entre las ciencias y las artes, es la principal característica de nuestra cultura "científica" mientras que el pensamiento "popular" o "arcaico" tiende a confundir los dos planos.

Las "ciencias" antiguas tales como la medicina o la alquimia, son "artes" en la medida en que su objeto es mal "comprendido". La ciencia invade progresivamente el dominio de las artes mientras éstas se extienden sobre el inconsciente. La astronomía recluye a la astrología en el campo de la adivinación, y las artes desplazadas del dominio invadido por la ciencia ganan terrenos aún vírgenes.

En este marco, que opone los códigos lógicos y tecnológicos a los modos de expresión afectivos y poéticos, se evidencia el carácter mixto y ambiguo de los códigos de la vida social en este vasto dominio que abarca en la actualidad el término todavía ambicioso y prematuro de "ciencias humanas".

8. Sentido e información. Hay tres tipos de códigos según si los signos se encuentran en



una relación lógica de exclusión, de inclusión o de intersección que corresponden, respectivamente, a las funciones diacrítica (o distintiva), taxonómica (o clasificatoria), semántica (o significativa).

La función de un sistema fonológico (y de la mayoría de los sistemas de señales) es puramente distintiva en la medida en que no hay relación entre los rasgos pertinentes. Saber que un fonema es *labial* no nos dice nada sobre la voz (*sorda* o *sonora*) debido al hecho de que voz y articulación son independientes: el sistema encierra el máximo de información pero en él los signos no tienen sentido, pues éste resulta de una relación.

Un sistema taxonómico, en cambio, integra los signos en un sistema de relaciones, pero necesarias, unívocas e inclusivas: *mamífero* implica necesariamente *vertebrado* y el segundo término no agrega ninguna información al primero. Los términos sólo poseen aquí definiciones.

El sistema lexical, en el que los signos tienen una relación de intersección, implica a la vez sentido e información: las *hojas* son por lo general *verdes* (lo que constituye su sentido), pero todas las hojas no son verdes y todos los objetos verdes no son necesariamente hojas (lo que define la información). Así, un pintor clásico tiene la posibilidad, la libertad de representar hojas *verdes*, *amarillas*, *púrpuras*. Pero existen otros sistemas: aquél en el que las hojas serán únicas y necesariamente verdes, aquél en el que serán cualquier cosa.

Cuanto más significativo es un código, es más restringido, estructurado, socializado, e inversamente. Ahora bien, el contenido de información de un mensaje y la redundancia (o

pérdida de información) que es su corolario son propiedades objetivas y mensurables. Cuanto más fuerte es la redundancia, la comunicación será más significativa, cerrada, socializada y codificada. Cuanto más débil es, la comunicación será más informante, abierta, individualizada y descodificada. Desde este punto de vista, podemos considerar que nuevas ciencias y técnicas dependen de sistemas cada vez más codificados y nuestras artes, de sistemas cada vez más descodificados.

Esta estructuración o "codificación" del sistema plantea el problema de las relaciones del receptor con la comunicación desde el doble punto de vista del mensaje y del emisor.

9. Atención y participación. El receptor que recibe un mensaje debe descodificarlo, es decir, reconstruir su sentido a partir de signos cada uno de los cuales contiene elementos de ese sentido, es decir indicaciones relativas a las relaciones de cada signo con los otros.

De ese modo, un rompecabeza es un mensaje cuyo sentido (la imagen) reconstruimos ubicando las diferentes piezas en sus respectivas posiciones por medio de las indicaciones de líneas, colores, figuras que esas piezas contienen. Cuanto más numerosas y precisas sean las indicaciones, más fácil será la construcción. Por eso es difícil reconstruir un rompecabeza cuyas piezas están poco diferenciadas. Pero un rompecabeza difícil es más interesante en la medida en que es mayor la atención del jugador en la reconstrucción (es decir en la descodificación y en la interpretación).

Por esa misma razón, una actividad programada con demasiado rigor —un trabajo en

cadena, por ejemplo, o una enseñanza muy acelerada— pierden interés. Lo mismo ocurre con aquellas artes en que una retórica estereotipada torna la interpretación demasiado evidente y de todo mensaje muy codificado en el cual la redundancia relaja la atención y el interés del receptor.

Pero esta noción de "interés" del receptor debe ser precisada. La *atención*, tal como acabamos de definirla, mide el interés del receptor por el referente, objeto del mensaje: interés de orden intelectual que tiene su origen en el placer que encuentra en interpretarlo reconstituyéndolo.

Muy distinto es el "interés" puramente afectivo que el receptor experimenta al estar en comunicación con el emisor y en el cual, por el contrario, la *atención intelectual es muy débil*. Ese es el caso de la comunicación amorosa que es puramente fática (cf. *supra* p. 14) y en la cual las palabras, los gestos, los comportamientos no tienen otro objetivo que afirmar y mantener una comunicación que da a los participantes la sensación de vivir al unísono, de ser "uno solo".

Esta *comunidad* entre los participantes adquiere una gran importancia en las formas colectivas de la comunicación: espectáculos, discursos, ceremonias religiosas, políticas, etc. Los cantos, las danzas, las marchas tienen por objeto movilizar a los participantes al unísono, al mismo paso, al mismo ritmo, y su contenido sémico es secundario. La aranga política o militar contiene poca información e indudablemente es preciso que contenga lo menos posible pues su objetivo es reunir a los participantes alrededor de un jefe, de un ideal común.

De la *comunidad* (afectiva) se pasará a la *colaboración* (práctica) que es una coordinación y una sincronización del trabajo en común y que postula también una codificación y una socialización del mensaje a expensas de su contenido de información.

Por lo tanto, no hay que confundir la *atención* (intelectual) con la *comunidad* (afectiva) o la *colaboración* (práctica). En realidad, los dos comportamientos son inversamente proporcionales. La *comunidad* (y la *colaboración*) postulan un aflojamiento de la *atención* y poseen, por lo tanto, sistemas de codificación antinómicos.

## II. LOS "MEDIOS"

Bajo el nombre de *medium*, la semiología anglosajona designa los diferentes "medios" de comunicación: el libro, la radio, el cine, la moda. Un *medium* implica, por lo tanto, una sustancia del signo<sup>8</sup> y un soporte o vehículo de esa sustancia. Y es evidente que la naturaleza, la estructura y la función del código están estrechamente vinculadas al *medium* y que éste es también el caso de las diferentes funciones que acabamos de describir. Más adelante haremos un breve inventario de los principales *media* y de su sistema de codificación.

8 Sería más exacto decir una "materia", un "soporte", pues con el nombre de sustancia la lingüística moderna distingue las propiedades intrínsecas del significado y del significado. Desde este punto de vista los sonidos *o*, *m*, constituyen la sustancia del significante *homme* hombre y la "masculinidad", la sustancia del significado correspondiente.

Ahora exponemos algunos problemas generales que plantea la aparición de nuevas *media* en nuestra cultura. Al respecto, diremos algunas palabras sobre las ideas de Marshall McLuhan<sup>9</sup>.

Según McLuhan, los *media* son extensiones de nuestros sentidos y de nuestras funciones: la rueda es una extensión del pie, la escritura una extensión de la vista, el vestido una extensión de la piel, los circuitos electrónicos una extensión del sistema nervioso, etc. Modifican y con frecuencia perturban nuestras relaciones con el mundo circundante. Ahora bien, esta relación entre el hombre y su medio (incluidos los otros hombres) es mucho más importante en sí misma que sus efectos inmediatos y su producto. Así, podemos admitir sin esfuerzo que en la industrialización mediante la mecanización del trabajo lo importante no reside tanto en el producto de ese trabajo (autos, heladeras, tubos de pasta dentífica, etc.) sino en la naturaleza misma del trabajo, parcelización de la tarea, alejamiento del trabajador de toda iniciativa y poder de decisión. Igualmente, en la televisión, los programas y diferentes contenidos no son nada en comparación con los modos de saber totalmente nuevos que ella implica. Lo importante consiste no tanto en las informaciones que el auditor —y en particular el niño— recibe sino en el modo de recepción que transforma totalmente su relación con los *media* tradicionales que son el libro, la escuela, el museo. El mensaje televisado tiene su

propia finalidad que no reside tanto en su contenido referencial como en la relación del receptor sensorial con el referente. Según la dramática fórmula del autor: "El *medium* es el mensaje."

Todos coincidiremos con McLuhan en que la escritura, luego la imprenta, la prensa y ahora la televisión han transformado nuestra cultura. Quizás algunos no estén de acuerdo con un análisis que puede ser considerado un poco superficial, es decir discutible. Pero al menos dicho análisis tiene el mérito de recupear problemas que hasta ahora sólo aparecían anexados a las polémicas de los filósofos y de los políticos.

McLuhan divide a los *media* en *hot* y *cool*, "calientes" y "fríos", palabras que están referidas a lo que, en términos técnicos, se designa por la "temperatura" de la información o en fotografía, por la "definición" de la imagen. En un mensaje dado, cuanto mayor es el número de elementos de información, más densa es la sustancia informante, más *caliente* es el mensaje, e inversamente. No debe confundirse esta temperatura del mensaje con su contenido referencial: un mensaje es más o menos caliente en la medida en que proporciona más o menos elementos de descodificación para un significado dado, cualquiera sea la riqueza o la pobreza de ese significado. Un retrato es caliente y una caricatura fría. Una foto y un film cinematográfico son calientes y una imagen televisada fría en la medida en que el número de puntos que componen la imagen es débil. El minué o el vals son calientes en la medida en que sus figuras están dadas por el código, mientras que el twist es frío. El habla es más fría que la escritura y

la escritura ideográfica más fría que la escrita alfabética.

A la temperatura del mensaje está vinculada la "participación"<sup>10</sup> del receptor, que deb interpretarse el mensaje y, en consecuencia, tratar de encontrar los elementos de información que le faltan. En un mensaje caliente el sentido está dado por el emisor, en un mensaje frío está dado (en mayor o menor medida por el receptor que se encuentra, por el implicado en la comunicación. Así, el programa de una cadena de montaje que es particularmente caliente, proporciona al obrero toda la información necesaria para su trabajo y le priva de toda posibilidad de elección, decisión y "participación", en oposición al sistema de instrucciones, de reglas, de recetas de una técnica artesanal fría. Desde ese punto de vista la ciencia es caliente y las artes son frías. Nuestra cultura occidental es caliente y las culturas "primitivas" o "subdesarrolladas" son frías. La vida urbana es caliente, la vida rústica fría.

Según McLuhan, estamos pasando de una cultura caliente a una cultura fría, a raíz de una mutación de los *medios* del libro por la televisión, de la mecanización por la automatización, de las artes figurativas por las artes figurativas, etc. Esto tiene como corolario un "participación" del individuo y un nuevo tipo de sociedad que, en ciertos aspectos, se identifica con la vida tribal de las culturas frías. En lo que nos concierne, sin embargo, mi

10 La "participación", tal como la concibe McLuhan está relacionada con lo que anteriormente hemos denominado, la *atención*.

tizaremos la oposición establecida por McLuhan entre nuestra cultura occidental moderna de tipo *hot* y las culturas arcaicas. Semiológicamente, tenemos dos tipos de experiencia: inteligible y afectiva, experiencias que no son asimilables sino, muy por el contrario, inversamente proporcionales (cf. *sup.* p. 17).

En consecuencia, y según nuestro criterio en una cultura hay una relación inversa entre el saber y la afectividad. Además, debe distinguirse lo individual y lo colectivo: lo individual define nuestras diferencias, lo colectivo nuestras similitudes con los demás. Los dominios son una vez más inversamente proporcionales, puesto que es evidente que cuanto más diferentes somos, menos nos asemejamos. Según este doble criterio, el campo semiológico de nuestra experiencia puede dividirse de acuerdo con el siguiente esquema:

	Intelecto Afectividad		
Diferencias individuales	-	+	Descodificación Atención
Similitudes sociales	+	-	Codificación Comunión Colaboración
	Ciencias		Artes

Cuanto más codificado y socializado es el saber, la experiencia afectiva tiende a individualizarse en mayor medida. En ese momento nuestra cultura aparece como un recalentamiento de la experiencia intelectual. La at

ción individual es cada vez más restringida y la iniciativa creadora cada vez más pobre. No es que el individuo sea menos inteligente, sino que su saber le es proporcionado, cada vez más por los códigos: ciencias, programas, etc. En consecuencia, la experiencia afectiva, esta cada vez más descodificada, es decir, más diversificada, más rica y abundante, pero siempre embargado desprovisto de sentido. Aunque el grado en el plano del saber, el hombre moderno se encuentra "desorientado" en el deseo. Eso es lo que expresa la semiología de nuestras artes. En efecto, las artes no figurativas (y por lo tanto designificadas) representan una experiencia afectiva descodificada y desocializada. Son artes realistas. En cuanto a las artes "ingenuas", "arcaicas", "populares" que adoptan las formas estereotipadas que son la artes de masas (westerns, historietas, novela policiales, canciones, etc.), no son artes sintetizantes. Tienen una función simbólica cuyo objetivo es representar situaciones afectivas, deseos, rigurosamente codificados e investidos de una significación de la que precisamente carecen en la vida real.

El mismo análisis es aplicable a nuestros juegos, que son representaciones mimadas de la acción individual o social (cf. *infra* p. 122) y que también son de dos tipos: "realistas" y "simbólicas". A una acción altamente socializada corresponden juegos rigurosamente codificados, lo que es una característica de la mayoría de los deportes modernos, incluso de los juegos de sociedad como el bridge y el ajedrez. Consecuentemente, la desindividualización de la acción y la frustración resultante son compensadas con nuestras diversiones que reintroducen la libertad y la iniciativa indivi-

dual en nuestra vida bajo la forma de hobbies, jardinería, viajes, danza, etc. Los verbos *jugar* y *entretenerse* traducen esta oposición. Hay correspondencia entre las dos funciones estéticas y las dos funciones lúdicas (representación realista y compensación simbólica), pero la relación es invertida en la medida que las primeras significan la experiencia afectiva y las segundas la experiencia práctica y socializada. A una experiencia estética (afectiva) individualizada corresponden artes de representación, no figurativas, débilmente estructuradas y diversiones estéticas, rigurosamente codificadas.

Es evidente que esas artes tienen una significación muy diferente en las dos culturas. El arte muy codificado como el de nuestra Edad Media, el "realismo" refleja la vida mientras que lo fantástico y lo maravilloso presentan el sueño. En un arte descodificado como es el nuestro, esta relación es invertida: el arte "abstracto" refleja nuestra vida afectiva real mientras que el romance sentimentaliza la comedia de boulevard, la novela popular simboliza nuestros deseos. Lo mismo ocurre con los códigos sociales: cuando son restrictivos reflejan un estado real de la sociedad, cuando son liberados y de sus jerarquías, pero una vez liberados, sólo son la manifestación de un deseo de poder, de un deseo de aparentar.

Finalmente, el mismo análisis se aplica a los códigos de la vida social individual (insignias, uniformes, protocolos) o colectiva (ritos, fiestas, ceremonias). Nuestra sociedad moderna se caracteriza por una alta estructuración económica basada en una gran diversidad y especialización de las actividades, a lo que corresponde, consecuentemente, una destrucción d

los códigos sociales. Los códigos económico y los códigos sociales están en esa misma relación inversamente proporcional que opone los códigos lógicos y los códigos afectivos. Cuanto más codificada es la actividad práctica, el marco social de esta actividad está más desdibujado. La estructuración social compensa una desestructuración económica, y el déficit del ser engendra una inflación de la apariencia.

Es notable cómo las funciones poco diferenciadas en sus actividades prácticas se marcan más adheridas a los signos sociales que las identifican: el uniforme hace al general, el presidente del tribunal, al arzobispo, al embajador, al académico o al faquir birmano. Per para el ingeniero, el médico, el arquitecto, el distinto. En la medida en que la medicina se convierte en una ciencia altamente codificada y especializada, los médicos abandonan su sombrero puntiagudo. Los profesores vacilan todavía.

Observamos así la correspondencia existente entre los diversos códigos y sus modos y grados de codificación. La estructuración del saber implica la de los juegos y la de los códigos económicos y tecnológicos y, en consecuencia, una desestructuración de las artes, de las diversiones, de los códigos sociales. El conjunto está gestado por un código perceptivo definido por la relación complementaria y antitética entre el código afectivo y el código intelectual. El conjunto de esas estructuras forma un sistema cultural en el que todo se relaciona y toda modificación de la estructura perceptiva (intelecto-afecto) —es decir el modo de percepción de la realidad— implica una nueva estructuración del sistema en su conjunto.

Por eso se halla invertido en las culturas "arcaicas", donde la relación entre la experiencia intelectual y la experiencia afectiva es diferente. En la medida en que la aparición de nuevos *media* modifica esta relación, coexistiremos fácilmente con McLuhan en que constituyen la clave de todo el sistema cultural.

Pero estos problemas aún no son bien conocidos y el lector tiene el derecho de duda de síntesis tan ambiciosas y prematuras. Nuestro objetivo aquí fue demostrar la importancia, en realidad la primacía de los fenómenos semiológicos, comprobando que toda cultura se define como un sistema (o más exactamente un conjunto de sistemas) de comunicación